ISSN nº 2526-8031 Vol. 1, n. 1, Jan-Abr. 2017

PERFIL E CONDIÇÕES DE ACESSO DE JOVENS VILHENENSES À INTERNET: CENÁRIOS LOCAIS E INFRAESTRUTURA EM VILHENA-RO

Profile and conditions of access of young vilhenenses to the internet: local scenarios and infrastructure in Vilhena-RO

Perfil y condiciones de acceso de jóvenes vilhenenses a internet: cenarios locales e infraestructura en Vilhena-RO

Adson Dutra Oliveira[1]
Cadidja Medeiros Cunha[2]
Sandro Adalberto Colferai[3, 4]

RESUMO
Este artigo apresenta o resultado de uma das etapas do projeto *Jovens e convergência midiática: usos e apropriações de recursos multi-midiáticos na Amazônia da colonização agrícola (Vilhena-Rondônia-Amazônia-Brasil),* e traz dados problematizados do perfil do jovem vilhenense e das condições ofertadas para acesso à internet, além de apresentar dados sobre a estrutura de lazer presente no município de Vilhena e as condições de acesso dos jovens vilhenense a esta estrutura. Para isso vale-se de dados levantados junto a fontes oficiais, municipais, estaduais e federais, e a empresas privadas da cidade de Vilhena, para traçar um perfil tanto das condições de acesso como dos jovens da cidade. Partindo com base teórica autores como Tapscott (1999, 2010) e Martín-Barbero (2004).

[1] Graduando em Jornalismo da Universidade Federal de Rondônia (UNIR). E-mail: vanultrecht@gmail.com.
[2] Graduando em Jornalismo da Universidade Federal de Rondônia (UNIR). E-mail: cadidjacunha@gmail.com.
[3] Doutor em Sociedade e Cultura na Amazônia. Orientador do trabalho. Professor do curso de Jornalismo na UNIR/RO. E-mail: sandrocolferai@gmail.com.
[4] Endereço de contato dos autores (por correio): Universidade Federal de Rondônia, Departamento de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, Campus de Vilhena. Rua Marques Henrique S/N DEJOR, Setor de Chácara, 78995-000 – Vilhena (RO), Brasil.

ISSN nº 2526-8031 Vol. 1, n. 1, Jan-Abr. 2017

PALAVRAS-CHAVE: Perfil; Cenários; Jovem; Internet; Vilhena.

ABSTRACT
This article presents the results of one of the stages of the Youth and Media Convergence project: uses and appropriations of multimedia resources in the Amazon region of agricultural colonization (Vilhena-Rondônia-Amazônia-Brazil), and presents problematic profiles of the young Vilhena and Conditions offered for access to the Internet, in addition to presenting data on the leisure structure present in the municipality of Vilhena and the conditions of access of Vilhenian youth to this structure. This is based on data collected from official sources, municipal, state and federal, and private companies in the city of Vilhena, to outline both the conditions of access and the young people of the city. Based on theoretical authors such as Tapscott (1999, 2010) and Martín-Barbero (2004).

KEYWORDS: Profile; Scenarios; Young; Internet; Vilhena.

RESUMEN
Este artículo presenta el resultado de una de las etapas del proyecto Jóvenes y convergencia mediática: usos y apropiaciones de recursos multi-mediáticos en la Amazonía de la colonización agrícola (Vilhena-Rondônia-Amazonia-Brasil), y trae datos problematizados del perfil del joven vilhenense y de las Las condiciones ofrecidas para acceso a internet, además de presentar datos sobre la estructura de ocio presente en el municipio de Vilhena y las condiciones de acceso de los jóvenes vilhenenses a esta estructura. Para ello se vale de datos levantados junto a fuentes oficiales, municipales, estatales y federales, ya empresas privadas de la ciudad de Vilhena, para trazar un perfil tanto de las condiciones de acceso y de los jóvenes de la ciudad. Partiendo con base teórica autores como Tapscott (1999, 2010) y Martín-Barbero (2004).

PALABRAS CLAVE: Perfil; Cenários; Jovem; Internet; Vilhena.

Recebido em: 16.03.2017. Aceito em: 20.04.2017. Publicado em: 30.04.2017.

Aturá Revista Pan-Amazônica de Comunicação
ISSN nº 2526-8031 Vol. 1, n. 1, Jan-Abr. 2017

Considerações iniciais

A internet é um lugar de experiências essencialmente particulares. A partir das novas tecnologias, que ofereceram suporte para internet e suas várias funções, a forma de vivência na sociedade mudou. Ela se tornou para algo indispensável, pois até quem tenta resistir não consegue por muito tempo. Aqui particularizamos os usos de aparelhos multimidiáticos, e como sua a relação com os jovens de Vilhena tem alterado – ou reafirmado – a identidade desses jovens. O que apresentamos aqui é parte do projeto que tem como objetivo a identificação dos perfis dos jovens, cenários e as condições para a recepção de conteúdos vinculados através de plataformas multimídia, considerando a estrutura física e social disponível na cidade de Vilhena-RO. Com isso as pesquisas a campo, os levantamentos de dados relacionados ao consumo cultural, ao lazer, à estrutura de fornecimento de internet, como também dados básicos sobre a população, são informações altamente relevantes para este artigo.

Esses jovens pertencem à geração digital, e possuem facilidade em manusear e se adaptar às novas tecnologias. No que é nosso interesse neste artigo, os atores aqui apresentados são jovens de 18 a 24 anos de Vilhena, município do interior de Rondônia, marcado pelo processo de colonização agrícola da Amazônia desde a década de 1970. Eles são herdeiros de uma cultura do homem do campo, ainda que a maioria desses jovens seja residente na zona urbana. Esses jovens se encontram em meio às tecnologias da informação e da comunicação, seno passíveis de várias definições, que vão da Geração X à Geração Y, envolvidas diretamente com os processos de mudança na sociedade.

O que este artigo propõe é identificar o perfil do jovem vilhenense consumidor de produtos multimidiáticos. Afinal, como são os jovens vilhenenses? Qual é a realidade vivida por ele? Esses usos ampliam e modificam os discursos a que eles têm acesso? Como se deu o contexto histórico em que esses jovens estão inseridos? Quais as heranças herdadas por eles que contribuem na forma de utilização das novas mídias? Quais são as condições de uso da internet desses jovens? Em que cenário eles estão envolvidos? Ainda que estas questões não sejam todas aqui respondidas, o que apresentamos são as pistas iniciais para alcançar tais respostas.

Internet: o advento das novas tecnologias

Uma nova geração de atores sociais se estabeleceu a partir do aprimoramento das novas tecnologias, pois ao passo em que elas iam se modificando as interações entre as pessoas também se alteravam. São eles jovens pertencentes à geração digital. As

alterações ocorridas nas novas tecnologias ganharam o nome de convergência midiática. Através do avanço da internet, os meios de comunicação como rádio, TV, jornais e revistas, perdem - ou ao menos veem serem drasticamente reduzidas - sua popularidade e relevância, pois as pessoas estão mais tempo em seus computadores. Com isso, os meios de comunicação começaram a convergir para a internet, objetivando não perder audiência.

Para além disso há uma outra convergência que vem ganhando espaço, a convergência de conteúdos para aparelhos móveis, os smartphones. Isso ocorreu com a chegada dos sistemas operacionais que permitiram a utilização de internet em qualquer lugar – Android, IOS e Windows Phone.

É possível encontrar de tudo um pouco. Aplicativos de jogos, notícias, rádio e até mesmo televisão, tudo isso reunido em um só aparelho, que se consegue levar para qualquer lugar, dentro do seu bolso. Essa convergência trouxe aos jovens várias possibilidades de construção de uma narrativa sobre a vida. É o que Martín-Barbero identifica como uma forma fragmentada de informação que esses jovens recebem, semelhante ao *zapping* na televisão.

> A fragmentação do relato e a preeminência lograda pelo fluxo encontram sua expressão mais acertada no zapping, com o qual o telespectador, ao mesmo tempo que multiplica fragmentação da narração, constitui com seus pedaços um relato outro, um duplo, puramente subjetivo, intransferível, uma experiência incomunicável! (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.110)

Estes atores possuem uma construção totalmente subjetiva e própria a partir da fragmentação de conteúdos. Com a utilização dos aparelhos móveis de internet, essa construção se fragmentou mais ainda. E isso se apresenta na forma como esses jovens estão usando a internet.

As mídias conectam pessoas

Para Lévy (1999, p. 65) *multimídia* remete ao movimento geral de digitalização, ou seja, processo no qual uma imagem ou sinal é transformado em código digital de forma imediata ou distante (sons, imagens, vídeos, fotografias) tendo como exemplo a informática, smartphones, o rádio, o cinema e a televisão. Uma interconexão do ciberespaço, ou seja, o universal, ponto de encontro da humanidade onde as máquinas, os computadores, os celulares precisam ter ligação seja de endereços através dessa imensidade que a internet para criação de comunidades virtuais: "A internet é um dos mais fantásticos exemplos de construção cooperativa internacional" (LÉVY, p. 126) Essa mudança vem ocorrendo a ponto de estarmos viciados, em não querer mais largar um computador, ou qualquer aparelho de acesso à internet, Lévy aponta três processos do ciberespaço e a

Aturá Revista Pan-Amazônica de Comunicação
ISSN nº 2526-8031 Vol. 1, n. 1, Jan-Abr. 2017

cibercultura: *interconexão* (internet, ligada em uma linha que não vemos, mas que se conectam todos conectados.), *comunidades virtuais* (interesses compartilhados em comuns com pessoas de todas as partes do mundo) e *inteligência coletiva* (compartilhamento de saberes).

Lévy define que "[...] a cibercultura expressa o surgimento de um novo universal, diferente das formas que vieram antes dele no sentido de que ele se constrói sobre a indeterminação de um sentido global qualquer" (LÉVY, 1999, p. 15), é no caso uma nova era tecnológica formada pelas telecomunicações, recursos multimídia ticos e grande avanço da internet.

A multimídia é a convergência de vários aparelhos juntos interligados num único aparato que possibilita o acesso de várias mídias juntas (COSTA, 2002, p. 15). O maior exemplo de aparelho multimídia moderno que podemos citar são os celulares, muito consumidos nos últimos anos de 2010 a 2016, os celulares como aparelhos eletrônicos passaram de sua principal função de realizar chamadas e enviar mensagens de textos, para usos e recepções de entretenimento, audiovisuais, fotografias, aplicativos, jogos e animações. É, de fato, um aparelho pequeno que cabe na palma da mão, muito útil no mundo corrido em que vivemos. Executar realizar várias tarefas em num único aparelho, pois se trata de um sistema integrado que possui todas as mídias: "É a crescente convergência de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado" (CASTELLS *apud* PAZ, MEURER, 1999, p. 3).

A televisão também é um grande de multimídia que marcou época e gerações através do tempo, desde o seu surgimento e cumpriu papéis importantes. Não podemos ignorar o fato de que a televisão, apesar de ter gradativamente perdido audiência, comparada as novas tecnologias de recepção de conteúdos multimídias, não pode deixar de ser lembrada, até porque hoje existem as TVs digitais que proporcionam acesso à internet.

Orozco já previa no século passado que a internet tornar-se-ia grande no século XXI em que estamos vivendo, depois da televisão como uma imensa plataforma de mídia, teria a internet de fato em nossas vidas, uma difusão das novas audiências. Mesmo prevendo-se que no século em que vivemos a Internet e a tecnologia digital seriam os dispositivos que iriam definir o intercâmbio informativo (OROZCO, 1999, p. 14).

A televisão possui de fato essa condição de criação de imaginários. A TV Digital possibilita acessos em um só aparato, assim como o smartphone, e que é hoje usado como principal meio usado para acesso das redes sociais que nos leva ao mesmo patamar de manipulação de imaginários. Dados nos mostraram uma queda considerável no consumo de computadores e um aumento do consumo dos celulares. Seria um novo

modo de fascinação dessa geração que nasceu e se formou com os usos dos smartphones (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 24**)**, com a facilidade e praticidade de jogos, de aplicativos, de assistir a própria televisão pela tela de um aparelho móvel. Porém, a TV Digital limitaria seu espaço em função de sua baixa portabilidade. São as tendências mundiais de praticidade que o homem procura criar e pôr em prática em função do corre e corre do dia a dia.

Internet define uma geração

Falar em gerações é falar em novas faces, novas ideias, novas tendências mundiais, novas vozes, novas modas, um novo amanhã, novos grupos sociais que possuem novas identidades, diferentes ou novas daquelas de uma década atrás. Abaixo apresentamos uma leitura dos períodos que diferentes gerações estiveram em atuação, a iniciar com Baby Boomers até alcançar a Geração Digital ou Geração Z.

1. Boomers (1946 a 1964): Nascidos após a segunda guerra mundial, *Geração Prosperidade*, a ascensão da televisão (TAPSCOTT, 1999). Criados de forma rígida e amor à pátria são educados perante o sistema (ENTENDENDO, s/d)[5];
2. Geração X (1965-1977): viveram ditaduras e protestos, altas tendências mundiais de entretenimento permeadas até este século, um maior contato com tecnologias. (ENTENDENDO, s/d);
3. Geração Y: Maior manifestação social, preocupações acerca do mundo, avanço da internet e tecnológico. (ENTENDENDO, s/d);
4. Geração Z ou Geração Digital: Sempre conectados, zapeando, tecnologia e aparelhos eletrônicos não são um problema, sabem usar como ninguém. Um fenômeno cultural global (TAPSCOTT, 2010).

Após a geração *baby boomers* nascidos depois da Segunda Guerra Mundial, com o impacto da televisão como tecnologia que trazia mensagens fortes que ajudaram a moldar a visão de uma geração a respeito do mundo. (TAPSCOTT, 1999, p.9). Agora temos o conceito de Geração Net (TAPSCOTT, 1999) deixada pelos descendentes da geração baby boomers anterior.

A Geração Net ou N-Gen refere-se à geração de crianças que, em 1999, tinham entre dois e 22 anos de idade, não apenas aquelas que são ativas na internet, até porque muitas não têm acesso, mas tem algum grau de fluência no meio digital. A internet está entrando nos lares tão rapidamente quanto à televisão o fez na década de 1950 (TAPSCOTT, 1999, p. 3).

[5] Disponível em http://www.pucsp.br/estagios/entendendo-geracoes-veteranos-boomers-x-e-yacesso em: 24/05/16

Dados de 2015 (G1, 2015)[6] indicam que o número de internautas no mundo é de 3,2 bilhões pessoas, dados divulgados da União Internacional das Telecomunicações, UIT. No Brasil ainda de acordo com a UIT 57,6% das pessoas estão conectadas à internet. Segundo a CETIC.BR[7] (Comitê Gestor da Internet no Brasil) oito em cada 10 crianças e jovens brasileiros entre nove e 17 anos usuários de internet costumam acessar a rede pelo celular, todos ou quase todos os dias, Em 2013, os celulares correspondiam a 53% dos acessos (contra 71% de computadores), e em 2014 o número passou para 82%.

Estes dados demonstram o quão grande está o crescimento dessa geração digital de jovens que acessam cada vez mais a rede através de um dispositivo móvel, em destaque o smartphone. Esta é geração de que estamos tratando. Nos últimos cinco anos os celulares se popularizaram cada vez mais na vida do brasileiro, os dados mostrados acima, mostram essa ascensão do produto. A praticidade de um pequeno objeto fez com que o computador tanto de mesa e tanto portátil fosse diminuindo o seu uso, passando o status para os smartphones.

A essência da cultura N-Gen é a interatividade. Cada vez mais as crianças são participantes, não espectadoras, e são estimuladas ao debate (TAPSCOTT, 1999). Isso mostra o quão impactante as redes sociais estão presentes nas vidas dessa geração, o debate a que lhes é atribuído, a crescente discussão política, comunidades de esquerda e direita, combinação de encontros de manifestações populares, as facilidades de acesso como essas informações chegam é estrondosamente rápida.

Tapscott estuda anatomicamente estes grupos. A maioria das crianças da Geração Net nasce cada vez mais respirando tecnologia ao seu redor, são expostas a um ambiente em que em casa há acesso a um computador, as famílias estão se conectando a internet da mesma maneira que a gerações anteriores se ligaram na televisão. Nestes contextos a televisão fica em segundo plano (TAPSCOTT, 1999, p.27) tornando a internet parte de sua vida. A televisão passou a ser um segundo produto de consumo da massa desta geração y, passando a vez para os smartphones, aumentando o acesso à rede mundial de computadores.

A disponibilidade de redes Wi-Fi, tecnologia de acesso à internet sem fio, por meio de um celular que tenha abertura para redes, possibilita o acesso rápido em qualquer lugar seja público, privado e até mesmo no lar clicou e conectou. Os jovens adquirem novos modos de sentir e conhecer, são dotados

---

[6] Disponível em : http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/05/mundo-tem-32-bilhoes-de-pessoas-conectadas-internetdiz-uit.htmlacesso em : 24/05/16

[7] Disponível em : http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2015/07/28/80-dos-jovens-e-criancas-acessam-a-internetpelo-celular-todos-os-dias.htmacesso em : 11/04/16

Aturá Revista Pan-Amazônica de Comunicação
ISSN nº 2526-8031 Vol. 1, n. 1, Jan-Abr. 2017

de uma "[...] empatia cognitiva e expressiva com as tecnologias e com os novos modos de perceber o espaço e o tempo, a velocidade e a lentidão, e o próximo e o distante" (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 54)

Estes grupos têm uma capacidade cognitiva, ou seja, de adquirir um conhecimento através de percepções e imaginação com outros grupos por meio das novas tecnologias, mesmo com processos comunicações, modos de falar, expressar e sentir com outro, de forma distante numa velocidade rápida e lenta, criando vínculos através do tempo e espaço, como por exemplo, ter um amigo virtual ou um *penpal* (TAPSCOTT, 1999), esse amigo está a quilômetros de distâncias, até mesmo em um país estrangeiro, porém as chamadas de vídeo, as mensagens de texto, ou seja, esses recursos lhe proporcionam criar uma conexão rápida no espaço e tempo.

Seria talvez um novo modo de olhar de fascinação desta geração ao invés da televisão que nasceu e se formou com os usos dos smartphones (MARTIN-BARBERO, 2004**)** a facilidade de jogos, e recursos multimídias ouvir o rádio, músicas (sons), mensagens (textos) por aplicativos e de assistir a própria televisão pela tela de um celular.

TAPSCOTT pontua na pesquisa feita com dez mil jovens de como a internet revolucionou as formas de agir, pensar e relacionar-se os tais padrões de consumo e relacionamento hoje adotados por essa galera, em que o jovem se torna se multifuncional como ao falar ao smartphone (fazer chamadas), mensagens de texto,"download de músicas, upload de vídeos (audiovisuais), assistem a filmes séries (Netflix) em uma tela de duas a cinco polegadas(seria a nova televisão!?) Um povo inquieto que sabe lidar muito bem com a tecnologia ensinando seus pais a usarem um aparato que seja com exceção da televisão.

Possuem o que ele chama de liberdade de acordo com entrevistas feitas estes jovens querem liberdades para provar coisas novas, a pesquisa de Tapscott revela que eles querem escolher onde e quando trabalhar, aponta também que a internet lhes deu a liberdade de poder consumir e onde trabalhar. São de fato os primeiros a crescerem em um ambiente digital, tomando como parte de uma paisagem natural (TAPSCOTT, 2010). O mundo está mudando, não é como a 30 anos atrás como funciona nas gerações anteriores. Agora os jovens têm voz, fazem acontecer, fazem às vezes a diferença para muitos que anseiam por ajuda, o lado negativo existe em tudo que se possa imaginar nesse consumo excessivo da internet, porém não abordaremos e apenas uma síntese do conceito de Geração Digital, Geração Y, Geração Internet e outras denominações recebidas por diferentes autores que os estudam.

Essa geração é denominada de uma nova cultura, ou seja, uma cultura digital. Segundo Costa (2002) essa denominação traz uma chamada interação que ao

pensar em "digital" vem consigo uma ideia de interatividade "Se é digital é interativo"! Esta interação traz uma capacidade de relação dos indivíduos com os inúmeros ambientes de informações que os cercam. Costa pontua que outro aspecto que caracteriza a cultura digital é o poder dessas mesmas interfaces de prender nossa atenção. Afinal, a interatividade é tão presente, que um jovem que mora em Manaus, no Brasil, pode contatar o Greenpeace para uma manifestação em Amsterdam na Holanda.

Esta geração tem uma infinidade de recursos multimídias a sua disposição, como criação de sites, blogs, sites de pesquisa, criação de produções audiovisuais, recebimento de conteúdos audiovisuais, aplicativos infinitos como GPS, games, edições de imagens, fotografias, músicas, compartilhamentos de interesses em comuns, comunidades virtuais e inteligência coletiva (LÉVY, 1999). Fazem da criação de vídeos, textos em blogs, sua renda, seus trabalhos, apenas com os milhares de visualizações, saem do anonimato a figuras importantes no cenário pop mundial, é um fenômeno, se você entender a geração internet, entenderá o futuro (TAPSCOTT, 2010).

A internet tornou-se o que Bruner (*apud* MARTIN-BARBERO, 2004, p. 30) chama de "[...] uma difusão de conhecimento e das tecnologias, a globalização dos meios de comunicação em massa". Em que os meios de comunicação de massa não estão aguentando o ritmo que a internet difunde a grande chegada de informações para seus receptores, não sabendo lidar com tamanha demanda "[...] da extensão do ensino escolarizado, da vertiginosa (rapidez, alteração fácil) circulação das modas, e da universalização de certos padrões de consumo" (BRUNER, *apud* MARTIN-BARBERO, 2004, p. 30). Os smartphones ditam modas e tendências cada vez mais entre esta Geração Y, como novo tornar-se velho e o velho voltar a ser nova, a precocidade das crianças que antes brincavam nas ruas tinham na infância um divertimento um momento da vida saudável e "trocando" digamos essa fase pela "moda" e "nova onda" de aparelhos celulares, já quase não pedem mais aos pais brinquedos, bonecas, carrinhos, pedem um celular, um tablete ou um computador, ou qualquer que seja este aparelho multimídia tornando uma "vida-online" como relata a pesquisa Datafolha. Todos participam da vida de todos e o envolvimento social é global. O mundo transforma-se num grande "vilarejo", há uma "tribalização" em escala ecumênica. (MCLUHAN, *apud* MEURER, PAZ, 2014, p. 1)

Metodologia

A metodologia aplicada para apresentação de dados baseia-se em Jacks (1999). A autora parte de uma perspectiva que o receptor sendo um indivíduo visto como consumidor passivo dos produtos culturais de massa e

alienado do processo de produção de sentido, adquirindo estatuto de produtor (JACKS, 1999, p. 48).

Nesta perspectiva têm-se dois sujeitos, o emissor e o receptor, não sendo relação direta, mas mediada. A mediação, segundo Jacks, pode ser entendida como um conjunto de elementos que intervêm na estruturação, organização e reorganização da percepção da realidade em que está inserido o receptor. No caso, procura-se identificar o perfil do jovem vilhenense que consome os produtos miltimidiáticos e as alterações ocorridas a partir desses usos, respeitando suas limitações.

A pesquisa adaptada ao cenário a que se dispõe a população jovem vilhenense (18 a 24 anos) seja em casa, no lazer ou na rua para a recepção de recursos de plataformas multimídia. Foi realizada a busca de dados empíricos sobre a cidade, como também a busca de informações estruturais em órgãos públicos administrativos e empresas privadas de comunicação como jornais, entrevistas em duas bibliotecas públicas, com o diretor de fiscalização do município, bem como a utilização de dados do censo de 2010 disponibilizado pelo IBGE[8].

Rondônia: "Terra sem homens, para homens sem terra"

Rondônia é um estado brasileiro que faz divisa com o Mato Grosso, Amazonas e Acre, marcando assim as fronteiras das terras brasileiras com as terras bolivianas. Teve sua colonização através de fluxos migratórios, e de forma gradual. O primeiro grande fluxo migratório para Rondônia ficou conhecido como ciclo da borracha. Este ciclo pode-se dividir em dois, um aconteceu nas ultimas décadas do século XIX e início do século XX.

De acordo com Benchimol, pelo menos 350 mil nordestinos, principalmente cearenses, teriam se deslocado para seringais da Amazônia durante o Primeiro Ciclo da Borracha, entre as décadas de 1880 e 1910, e outras 150 mil pessoas, novamente nordestinos provenientes principalmente do Ceará, chegaram à região no Segundo Ciclo da Borracha, na década de 1940 (BENCHIMOL, 1977, p. 251).

Um segundo momento marcante de imigração para terras amazônicas se deu a partir do século XX. A promessa governamental de terra e riquezas, juntamente com o discurso nacionalista na década de 1970, "Integrar para não entregar", foram responsáveis por essa fixação no estado. Isso se dá no período militar, quando o governo além de promover a ocupação amazônica precisava resolver problemas latifundiários no centro-sul do país. Por este motivo se deu início à maior migração para a região amazônica de que se ouviu falar.

Em Rondônia, um dos destinos preferenciais dos colonos imigrantes, teve

[8] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, disponível em: <www.ibge.gov.br/>. Acesso em 15/05/2016.

no mesmo período um crescimento populacional próximo a 1.000%. Em 1970 a população do estado, em números absolutos, era de 111 mil habitantes, e chegou a 1,13 milhão em 1991 (PERDIGÃO, BASSEGIO, 1992, p. 178).

A cidade de Vilhena, que surgiu no rastro da Comissão Rondon[9], no início do século XX, mais precisamente em 1910, está localizada a cerca 700 quilômetros da capital de Rondônia, Porto Velho. No trajeto rodoviário sul-norte Vilhena é a primeira cidade da Amazônia Ocidental, por isso é chamada de Portal da Amazônia. Também recebe o título de Cidade Clima, por ter temperaturas mais amenas, que as outras cidades do estado com média de 20,8%[10]. Ainda que o povoado tenha surgido no início do século XX, é somente na década de 1970, no contexto da colonização agrícola da Amazônia, que Vilhena se constitui como cidade e, mais tarde, em 1977, é instalado o município, quando oficialmente foi desmembrada de Porto Velho.

Com 76 mil habitantes – segundo dados do IBGE (CENSO, 2010) é a quinta cidade mais populosa do estado. Sua população jovem (15 a 24 ANOS) corresponde a 20%, não muito diferente do cenário do estadual e nacional. A identidade cultural do município não se difere do estado. Os imigrantes das regiões Sul e Sudeste são responsáveis por toda – ou quase toda – prática cultural vilhenense. De acordo com Hall (2003) a sociologia explica que a identidade é formada na interação entre o indivíduo e a sociedade. Através dos fluxos migratórios vividos na região pode-se elencar dois grupos de maior relevância que perpetuaram no estado, o nordeste e sudeste. Em Vilhena, diferente do estado, a região que estabeleceu uma cultura muito demarcada é a região Centro-Sul do país.

Segundo dados do IBGE, a população que reside no município e que nasceu na região sul do Brasil corresponde a 20% da população total. Com isso é possível aferir que não se trata totalmente da população jovem de Vilhena, pois os jovens aqui representados possuem de 15 a 24 anos de idade (CENSO, 2010). Dados da Teleco[11], mostram que no estado de Rondônia temos 2,415 milhões de aparelhos celulares, para uma população de 1,75 milhões de pessoas (IBGE, 2014)[12]. Na cidade de Vilhena de acordo com o IBGE de 2010 - que mesmo sendo um dado claramente defasado é a informação oficial mais recente sobre o município – havia 21.308 aparelhos celulares.

---

[9] O Marechal Cândido Mariano da Silva Rondon foi encarregado da instalação dos postos telegráficos entre Cuiabá e Porto Velho. Um destes postos foi instalado onde hoje estão Vilhena.

[10] Dados disponíveis em: <http://pt.climate-data.org/location/717955/>. Acesso em 31/05/2016.

[11] Disponível em: <http://www.teleco.com.br/nceluf.asp >. Acesso em: 06/05/16.

[12] Disponível em:< http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php>. Acesso em 24/05/16.

Aturá Revista Pan-Amazônica de Comunicação
ISSN nº 2526-8031 Vol. 1, n. 1, Jan-Abr. 2017

O jovem vilhenense

A população jovem do município corresponde a 19,58% segundo dados do IBGE[13]. Essa porcentagem é semelhante ao livro Brasil em números, quando apresenta dados sobre Rondônia. Com relação à residência, os dados do censo apontam que 95,8% dos moradores da zona urbana são jovens. Enquanto na zona rural eles correspondem a 4,2%. A raça e cor desses jovens, pelo grau de analfabetismo, apresentam que no município o índice de jovens (entre 15 e 24 anos) brancos que não sabem ler nem escrever é de 1,1%. 1,3%, indígenas, 3,3%, pardo, 0,9% e preto com 1,4%.

A relação de dados referentes aos jovens que estavam estudando é de 48%, enquanto 0,72% nunca haviam frequentado. Com relação a condições socioeconômicas, 69,8% do total de jovens exerce uma atividade economicamente ativa. Isso significa que mais da metade dos jovens estão no mercado de trabalho. Esses jovens são filhos de imigrantes que se estabeleceram em Vilhena, por isso, mesmo sendo rondonienses eles carregam marcas da cultura proveniente de suas famílias. A afirmativa acima se dá pelos espaços culturais encontrados em Vilhena.

O jovem vilhenense é marcado pela cultura do homem sertanejo. Mesmo a relação de jovens que moram na zona rurais sendo relativamente baixa, esses jovens são provenientes de uma cultura rural bem marcada, nas roupas, nas opções de lazer e até mesmo no gosto musical. O Centro de Tradições Gaúchas, CTG, é um exemplo disso. O grupo de dança gaúcha que existe é organizado e ensaiado por um jovem rondoniense, com ascendência na região Sul. Movido pelo desejo de manter a tradição acesa, o jovem se presta a um trabalho voluntário de ensinar outros jovens, e até mesmo crianças, as danças típicas.

A Exposição Agropecuária, Comercial e Industrial de Vilhena, Expovil, é um dos eventos de maior relevância na cidade. Conhecida como festa do peão, reúne milhares de pessoas em um só lugar. Lá todas as classes da juventude se encontram. Um fenômeno recorrente deste período (época em que ocorre a Expovil) é a enculturação da dos jovens. Isso ocorre pela apropriação da cultura sertaneja neste evento. A começar pela vestimenta, por exemplo, o uso da bota ou roupas que lembram alguns personagens de filmes ou novelas onde a cultura agrícola é representada. O uso de chapéu também é um fator de apropriação. Na cavalgada – momento inicial da feira, quando há uma longa passeata com cavalos e bois até o parque de exposições – surgem os vendedores ambulantes com chapéus de vários

[13] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, CENSO 2010, Cidades Vilhena – Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=110030>. Acesso em 15/05/2016.

formatos, com preços que variam de R$ 5 a R$ 25.

As casas de shows que existem em Vilhena funcionam de quinta a sábado. Normalmente as festas que são promovidas nesses espaços possuem forte influencia do sertanejo – com exceção de uma das quatro boates que é especificamente de rock. O rock também é valorizado pelos jovens do município, atualmente há cerca de dois barzinhos e uma casa noturna com o estilo alternativo. Há também a noite da seresta onde cantores anônimos podem se apresentar. Normalmente esse evento acontece na última sexta-feira do mês. Eventos esportivos também influenciam no perfil do jovem vilhenense. A cidade possui três ginásios poliesportivos, um deles pertence à Associação vilhenense de Voleibol. Ela também tem um time de futebol profissional, o Vilhena Esporte Clube, o VEC, que compete no brasileirão pela Série D, e diversas escolinhas de iniciação desportiva, a maioria de futebol.

O jovem vilhenense é um jovem herdeiro de outras tradições, normalmente passadas dentro do seio familiar. Filhos de migrantes, porém rondonienses esses jovens carregam a marca da colonização agrícola. São jovens que mesmo morando na cidade, cultuam especificidades da vida no campo, como os gostos musicais e alimentares.

Lazer, entretenimento: Cinema: um estabelecimento, com duas salas; Cineclubes: 01 (um); Galerias de artes e espaços para exposição: 01 (um); Auditórios: dois Centros culturais: 01 (um); Evento Musical: 01 (um) Noite da Seresta; Centro Cultural: 01 (um); Casas Noturnas: 05 (cinco).

Lugares e eventos culturais públicos e privados: 02 (duas) bibliotecas municipais; uma livraria privada; Associações e clubes culturais: 08 (oito); Sala para teatro: 01 (um); Eventos de teatro: Invadindo a praça e Palco giratório.

Eventos perenes: Festival Arte na Praça realizada uma vez ao ano; Festa Junina, Semana Farroupilha, Festa de São Cristovão e Festa da Padroeira; Exposição Agropecuária, Comercial e Industrial de Vilhena, Expovil.

Espaços públicos para atividades ao ar livre: Quatro ginásios e esportivos; um parque ecológico municipal; um coreto em uma praça; Um estádio municipal, Praça que serve de palco para shows.

Meios de comunicação: São cinco emissoras de rádio, três emissoras afiliadas, cinco jornais impressos, oito webs jornais, duas revistas impressas; Domicílios com TV: 22.104 (IBGE, 2010); Domicílios com Rádio: 16.899 (IBGE, 2010); Circulação média de revistas: 7 mil exemplares mensais; Circulação média de 5.310 jornais dos cinco impressos semanais na cidade.

Estrutura de comunicação e internet: Oito provedores de internet na cidade; Domicílios com microcomputador de acesso à internet 7539 (IBGE, 2010)

Aturá
Revista
Pan-Amazônica
de Comunicação
ISSN nº 2526-8031 Vol. 1, n. 1, Jan-Abr. 2017

internet banda larga 4600(IBGE, 2010); 21.308 domicílios com telefone celular (IBGE, 2010), cinco operadoras de celular; 12 lan houses cadastradas na prefeitura, sendo que a maioria encontra se em bairros periféricos da cidade afastados do centro, apenas uma encontra-se no centro; Um adendo aos espaços privados, como restaurantes, bares, casas noturnas que disponibilizam acesso à wi-fi (são 5 casas noturnas, 04 localizadas no centro, 1 localizada no bairro Jardim América, 3 bares no centro comum a diversos públicos, principalmente a faixa etária de 18 aos 25 anos).

Ao longo da pesquisa pode-se perceber que prevalecem entidades privadas de lazer que oferecem redes de wi-fi para seus clientes do que entidades públicas. As casas noturnas localizadas no centro da cidade têm o público jovem de 18 a 30 anos, ao passo que o jovem da periferia sequer usufrui de internet gratuita nas poucas opções de lazer que possui. Ao mesmo tempo, deslocar-se para a região central, onde esta oferta é abundante, implica em dificuldades pelos problemas de transporte público e pela relativo alto valor de deslocamente por outros meios. Assim, a opção acaba por ser pelas lan houses presentes nas regiões periféricas.

Ainda particularidades que devem ser consideradas, como é o caso exemplar de um centro de lazer, o Park Shopping Vilhena. Este centro localiza-se no bairro Jardim América, de um dos lados da BR-364, rodovia federal que corta a cidade ao meio. Distante do centro da cidade, possui grande importância para o lazer de famílias e jovens de todas as faixas etárias. O jovem que mora do lado da cidade em que está o Park Shopping tem maior facilidade de acesso, principalmente considerando a precariedade do transporte público em Vilhena. Com isso tem facilitado seu acesso às salas de cinema, as únicas da cidade, praças de alimentação, lojas, música ao vivo, e duas redes gratuitas de internet, opções disponibilizadas no Park Shopping.

Conclusões

A pesquisa aqui apresentada preocupou-se especialmente com elementos estruturais da cidade para disponibilidade de acesso à internet, podemos analisar que tratando-se de uma cidade interiorana na Amazônia Ocidental, não há disposição pública de uma praça com rede wi-fi, as disposições apresentadas são de grande maioria de iniciativa privada, seja a livraria Café e Letras, que possui um *cybercafé*, os restaurantes e bares, o shopping da cidade que disponibiliza duas redes gratuitas de acesso, as lan houses, e oito provedores de diferentes empresas que instalam internet nas casas da população e dois órgãos públicos oficiais que são as duas bibliotecas públicas da cidade, que dispõe de computadores com acesso à internet.

Considerando as características próprias do jovem vilhenense, é possível inferir que essa geração não difere da geração jovem contemporânea referida por Tapscott. Um jovem que usa da internet para promover os discursos possíveis de sua região. Tudo isso observado quando você tem uma concentração dessa juventude em um só lugar na rede, um espaço em comum. É a geração do compartilhamento, jovens que gostam de ser visualizados, curtidos e comentados. A juventude vilhenense tem particularidades na história que carregam em seu processo de identificação como pessoa, mas não se difere do jovem que pertence à geração digital. Assim como Tapscott diz em seu livro, "[...] são jovens que valorizam a cultura com uma ferocidade" (1999, p. 279). Consumidores massivos de musica, filmes, shows, eventos culturais (caso da Expovil) e esporte. Também são jovens que valorizam a estética, compram botas, chapéus, roupas, que realcem a sua tribo e que afirmem a sua identidade como jovem.

Referências

ARBEX JR., José. "Terra sem povo", crime sem castigo. In: TORRES, Maurício (org.). **Amazônia revelada**: os descaminhos ao longo da BR-163. Brasília: CNPq, 2005. p. 21-65.

BENCHIMOL, Samuel. **Amazônia**: um pouco-antes e além-depois. Manaus: Ed. Umberto Calderaro, 1977.

COLFERAI, Sandro Adalberto. **Jornalismo e Identidade na Amazônia:** as práticas culturais legitimadas no jornal Diário da Amazônia como representações identitárias de Rondônia. Dissertação de mestrado – Comunicação Social. Porto Alegre: PUCRS, 2009.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Trad. Tomáz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Couto. 8ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **CENSO 2010**. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=110030&idtema=1&search=rondonia|vilhena|censo-demografico-2010:-sinopse> Acesso em: 31/05/2016

JACKS, Nilda; TOALDO, Mariângela (orgs.). **Brasil em números**: dados para a pesquisa de comunicação em contextos regionais. Florianópolis-SC: Insular, 2014.

SOUZA, Carla Monteiro de. Gaúchos em Roraima. **Porto Alegre**: EDIPUCRS, 2001.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital:** como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Trad. Marcello Lino. Rio de janeiro: Agir Negócios, 2010.

___________. **Geração Digital:** a crescente e irreversível ascensão da Geração Net.

Tradução de Ruth Gabriela Bahr. São Paulo: Makron Books, 1999.

COSTA, Rogério da. **A cultura digital**. São Paulo: Publifolha, 2002.

JACKS, Nilda. **Querência**: cultura regional como mediação simbólica – um estudo de recepção. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1999.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**; tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo; Ed.34,1999.

MARTÍN-BARBERO, Jesús.**Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisa. Tradução de Jacob Gorender. 2ª ed. SãoPaulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

OROZCO, Guilhermo G. Prefácio. In: JACKS, Nilda. **Querência**: cultura regional como mediação simbólica – um estudo de recepção. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1999.

PAZ, Samyr; MEURER, Flávio. Geração Y e a Comunicação: Influência das Mídias Digitais no Relacionamento Interpessoal e Comportamento. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 37., 2014, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Ciências da Comunicação, 2014.

Sites consultados

PUCSP, disponível em: <http://www.pucsp.br/estagios/entendendo-geracoes-veteranos-boomers-xe-y>. Acesso em: 24/05/16.

GLOBO, disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/05/mundo-tem-32-bilhoesde-pessoas-conectadas-internet-diz-uit.html> Acesso em: 24/05/16.

CETIC, disponível em : <http://cetic.br/noticia/uso-da-internet-pelo-celular-cresce-entre-osbrasileir os-revela-cetic-br/> Acesso em: 18/05/16.

IBGE, disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=110030&search =rondonia|vilh ena>. Acesso em 24/05/16.

TELECO, disponível em: <Http://www.teleco.com.br/nceluf.asp> Acesso em 06/05/16.